

PERLINDUNGAN HUKUM MEREK SEBAGAI IDENTITAS PRODUK: ANALISIS EMPIRIS TERHADAP USAHA MIKRO, KECIL DAN MENENGAH DI KABUPATEN ACEH BARAT

Dara Quthni Effida, Adella Yuana, Putri Kemalasari, Eza Aulia

Program Studi Ilmu Hukum, Universitas Teuku Umar

Aceh Barat

e-mail: daraquthnieffida@utu.ac.id, adellayuana@utu.ac.id, putrikemalasari@utu.ac.id,
ezaaulia@utu.ac.id

Abstrak

Merek merupakan identitas produk menjadi modal awal pengembangan usaha bagi UMKM sehingga memudahkan konsumen untuk mengenali dan memilih produk sebagai alternatif yang banyak tersedia di pasar. Oleh karena itu, perlindungan hukum atas identitas produk menjadi instrumen strategis. Hal ini diatur dalam Pasal 3 Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis. Namun dalam praktiknya terdapat ketidakseimbangan antara jumlah seluruh UMKM dengan jumlah UMKM yang mereknya terdaftar di Aceh Barat. Permasalahan dalam penelitian ini ialah implementasi perlindungan hukum merek UMKM dan hambatan dalam perlindungan merek UMKM di Aceh Barat. Metode penelitian ini ialah yuridis empiris yang dilakukan dengan meneliti data sekunder dan data primer. Perlindungan hukum terhadap merek dapat diperoleh pelaku UMKM ketika merek produknya di daftarkan ke DJKI, pendaftaran ini merupakan bukti konkret dari nilai kepastian hukum, karena hanya merek terdaftar yang diakui secara yuridis. Hambatan dalam perlingkungannya: a) Kurangnya Pemahaman UMKM tentang Pentingnya Perlindungan Merek, b) Biaya Pendaftaran Merek yang Tinggi, c) Prosedur Pendaftaran Merek yang Dianggap Rumit, d) Tingkat Kepatuhan yang Rendah terhadap HKI, e) Keterbatasan SDM dan Infrastruktur Dalam Pendaftaran Merek UMKM. Pemerintah Daerah dapat melakukan sosialisasi yang terukur dan terjadwal untuk meningkatkan pendaftaran merek bagi UMKM guna perlindungan dan peningkatan nilai ekonomi daerah.

Kata kunci: Perlindungan Hukum, Merek, UMKM

Abstract

Brand is a product's identity and serves as the initial capital for business development for Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs), making it easier for consumers to recognize and choose products as an alternative among many available in the market. Therefore, legal protection for product identity becomes a strategic instrument. This is regulated in Article 3 of Law Number 20 of 2016 concerning Brands and Geographical Indications. However, in practice, there is an imbalance between the total number of MSMEs and the number of MSMEs whose brands are registered in West Aceh. The problems in this research are the implementation of legal protection for MSME brands and the obstacles in MSME brand protection in West Aceh. The research method is empirical-juridical, conducted by examining secondary and primary data. Legal protection for brands can be obtained by MSME actors when their product brand is registered with the Directorate General of Intellectual Property (DJKI). This registration is concrete proof of the value of legal certainty, as only registered brands are judicially recognized. The obstacles to its protection include: a) Lack of MSME Understanding of the Importance of Brand Protection, b) High Brand Registration Fees, c) Brand Registration Procedures Considered Complicated, d) Low Level of Compliance with

Intellectual Property Rights (IPR), and e) Limitations of Human Resources and Infrastructure in MSME Brand Registration. The Regional Government can conduct measured and scheduled socialization to increase brand registration for MSMEs for the purpose of protection and increasing regional economic value.

Keywords : *Legal Protection, Trademark, MSMEs*

A. Pendahuluan

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan tulang punggung perekonomian Indonesia yang menyerap tenaga kerja, menyebarkan aktivitas ekonomi ke wilayah, dan menyumbang signifikan terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) nasional. UMKM sebagai bagian dari perekonomian juga harus lebih meningkatkan daya saing dengan melakukan inovasi. Keunggulan bersaing berbasis inovasi dan kreativitas harus lebih diutamakan karena mempunyai daya tahan dan jangka waktu lebih panjang.¹ Eksistensi UMKM dan peranannya untuk perekonomian Indonesia tidak lepas kaitannya dengan merek atau *brand* dari sebuah produk yang dihasilkan oleh unit-unit usaha UMKM tersebut.² Dalam persaingan pasar yang semakin terbuka dan dipengaruhi globalisasi, kemampuan UMKM untuk mempertahankan pasar dan memperluas pangsa sangat bergantung pada identitas produk yang jelas dan dapat diandalkan oleh konsumen. Dapat dikatakan identitas produk seperti merek menjadi modal awal pengembangan usaha bagi UMKM. Sehingga identitas ini memudahkan konsumen melakukan pengenalan produk dan memilih antara alternatif yang banyak tersedia di pasar. Oleh karena itu, perlindungan hukum atas identitas tersebut yakni perlindungan merek menjadi instrumen strategis agar UMKM tidak hanya dikenal tetapi juga terlindungi dari praktik peniruan, pemalsuan maupun penipuan.

Era globalisasi dan digitalisasi saat ini merek tidak hanya berfungsi sebagai tanda pembeda suatu produk atau jasa, tetapi juga menjadi identitas hukum dan ekonomi yang melekat pada reputasi, kualitas, dan kepercayaan konsumen terhadap suatu produk. Berdasarkan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis, merek didefinisikan sebagai “tanda yang dapat ditampilkan secara grafis berupa gambar, logo, nama, kata, huruf, angka, susunan warna, dalam bentuk dua dimensi dan/atau tiga dimensi, suara, hologram, atau kombinasi dari dua atau lebih unsur tersebut untuk membedakan barang

¹ Suci, Y. R. *Perkembangan UMKM (Usaha mikro kecil dan menengah) di Indonesia*. Jurnal ilmiah cano ekonomos, Volume 6 Nomor (1), 2017, Halaman 53.

² Masrifah, M., & Apriani, R. *Perlindungan Hukum Kekayaan Intelektual (KI) Jenis Merek Dagang PADA Usaha Kecil Mikro Menengah (UMKM) menurut Undang-Undang No. 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis*. Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan, 11(2. D), 2025. Halaman 170.

dan/atau jasa yang diproduksi oleh orang atau badan hukum.” Ketentuan ini menegaskan bahwa merek memiliki fungsi utama sebagai identitas produk dan sarana diferensiasi di pasar.

Merek yang kuat memberikan nilai tambah ekonomi bagi pelaku usaha karena menjadi simbol keaslian dan kualitas produk yang diakui masyarakat. Oleh karena itu, perlindungan hukum terhadap merek merupakan salah satu instrumen penting dalam menjamin kepastian hukum dan keadilan bagi pelaku usaha, sekaligus melindungi konsumen dari praktik peniruan atau pemalsuan (*counterfeiting*). Dalam konteks ini, perlindungan merek memiliki peran strategis untuk menjaga daya saing produk nasional di tingkat domestik maupun internasional.³

Fungsi merek sebagai tanda pembeda serta tanda perdagangan dimana pihak lain tidak memiliki kewenangan untuk memakai Merek tersebut jika Merek itu sudah didaftarkan dan mendapatkan Hak atas Merek.⁴ Menurut Soekotjo Hardiwinoto perlindungan hukum atas merek bukan hanya melindungi kepentingan ekonomi pemiliknya, tetapi juga menjaga tata niaga yang sehat dan mencegah terjadinya persaingan usaha tidak sehat. Perlindungan hukum merek juga memberikan dorongan bagi pelaku usaha untuk terus berinovasi dalam menghasilkan produk berkualitas yang memiliki ciri khas dan nilai ekonomi yang berkelanjutan.⁵

Secara internasional, Indonesia juga terikat dengan perjanjian *Agreement on Trade-Related Aspects of Intellectual Property Rights (TRIPS Agreement)* yang mewajibkan negara anggota WTO untuk memberikan perlindungan hukum yang memadai terhadap hak kekayaan intelektual, termasuk merek dagang. *World Trade Organization (WTO)* adalah kerangka sebagai kesepakatan internasional dan dijadikan sebagai acuan dalam setiap tindakan para pelaku bisnis dan kebijakan pemerintah yang berkaitan dengan perlindungan HaKI dan penanaman modal asing disamping hal-hal yang berkaitan dengan transaksi perdagangan internasional.⁶ Hal ini menunjukkan bahwa perlindungan hukum terhadap merek merupakan bagian integral dari sistem perdagangan internasional yang modern.⁷

Tren menunjukkan bahwa UMKM tumbuh sangat pesat, seiring pertumbuhan UMKM yang semakin tinggi tidak diimbangi dengan kemampuan dan pemahaman mengenai pentingnya merek sebagai identitas produk yang dapat memberikan perlindungan secara

³ Rahmi Jened. *Hukum Merek dalam Era Globalisasi*. Jakarta: Rajawali Pers, 2019. Halaman 145

⁴ Sari, I. *Urgensi dan Fungsi Merek dalam Dunia Bisnis Demi Terjaminnya Perlindungan Hak Atas Kekayaan Intelektual (HAKI)*. 2025. Jurnal Ilmiah M-Progress Volume 5 Nomor (1), Halaman 28.

⁵ Soekotjo Hardiwinoto. *Perlindungan Hukum terhadap Hak Kekayaan Intelektual di Indonesia*. Semarang: Universitas Diponegoro Press., 2018, Halaman 56

⁶ H. OK. Saidin, 2002, *Aspek Hukum Intelektual*, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, Halaman 329

⁷ *Agreement on Trade-Related Aspects of Intellectual Property Rights (TRIPS Agreement)*, 1994.

hukum. Aceh Barat sebagai salah satu kabupaten di Provinsi Aceh, memiliki basis pertumbuhan UMKM yang cukup besar. Data tersebut dapat dilihat dalam tabel sebagai berikut:

Tabel. 1. Data Jumlah UMKM Wilayah Barat Selatan Aceh

No	Nama Kabupaten/Kota	Jumlah UMKM
1	Aceh Jaya	1.212
2	Aceh Barat	2.011
3	Nagan Raya	6.451
4	Aceh Barat Daya	2.262
5	Aceh Selatan	3.251
6	Subulussalam	1.318
7	Aceh Singkil	1.474
8	Simeulue	2.088

Sumber: Dinas Koperasi dan UKM Aceh (dataukmkm.acehprov.go.id)

Berdasarkan data tabel tersebut di atas menunjukkan jumlah pertumbuhan UMKM diwilayah Barat Selatan. Namun, dalam praktiknya, masih sering ditemukan berbagai permasalahan hukum terkait pelanggaran merek, seperti penggunaan merek yang memiliki persamaan pada pokoknya atau keseluruhannya dengan merek terdaftar, serta lemahnya kesadaran pelaku usaha kecil dan menengah (UMKM) dalam mendaftarkan mereknya. Kondisi ini menimbulkan potensi kerugian ekonomi dan sengketa hukum yang dapat menghambat perkembangan dunia usaha.

Berdasarkan hal tersebut, kajian mengenai perlindungan hukum merek sebagai identitas produk menjadi penting untuk dibahas secara akademis serta kendala dan hambatan – hambatan yang terjadi di lapangan terkait pemahaman mengenai perlindungan hukum tentang pentingnya pendaftaran merek suatu produk. Kajian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman komprehensif mengenai fungsi merek dalam melindungi identitas produk, mekanisme perlindungan hukum berdasarkan peraturan perundang-undangan, serta relevansinya dalam mendorong pertumbuhan ekonomi nasional yang berkeadilan dan berkelanjutan.

B. Metode Penelitian

Jenis penelitian ini ialah yuridis empiris yang merupakan penelitian yang mengacu pada hukum dan peraturan perundang-undangan yang berlaku untuk mengungkapkan permasalahan di lapangan yang diteliti dengan berpegang pada ketentuan yang normatif. Penelitian empiris

dilakukan dengan meneliti data sekunder terlebih dahulu untuk kemudian dilanjutkan dengan mengadakan penelitian terhadap data primer di lapangan.⁸

Data Primer yang dikumpulkan dalam penelitian ini ialah data yang diperoleh langsung dari sumber wawancara yaitu meliputi Kementerian Hukum Kantor Wilayah Aceh, Dinas Perdagangan, Perindustrian, Koperasi dan UKM Kabupaten Aceh Barat, dan UMKM di Aceh Barat. Lebih lanjut, data sekunder dalam penelitian ini ialah data yang didapatkan dengan penelitian kepustakaan (*library research*) yang bersumber dari bahan hukum primer, bahan hukum sekunder dan bahan hukum tersier. Bahan hukum primer berupa Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis dan *Agreement on Trade-Related Aspects of Intellectual Property Rights (TRIPS Agreement)*. Sedangkan bahan hukum sekunder ialah bahan hukum yang tidak mengikat tetapi menjelaskan mengenai bahan hukum primer yang merupakan hasil oleahan pendapat atau pikiran para pakar atau ahli yang mempelajari suatu bidang tertentu secara khusus yang akan mengarah.⁹ Lebih lanjut, bahan hukum tersier ialah bahan hukum penunjang yang memberikan penjelasan secara rinci dari bahan hukum primer dan bahan hukum sekunder berupa website, kamus, dan ensiklopedia.¹⁰

Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode analisis kualitatif merupakan penelitian yang digunakan untuk menyelidiki, menemukan, menggambarkan dan menjelaskan perlindungan hukum merek sebagai identitas produk bagi UMKM di Aceh Barat. Analisis data akan dilakukan dengan mengumpulkan data hasil wawancara dan dilanjutkan dengan analisis data dengan mendeskripsikan hasil penelitian.

C. Pembahasan

1. Implementasi Perlindungan Hukum Merek Sebagai Identitas Produk UMKM di Aceh Barat

UMKM merupakan kegiatan ekonomi produktif yang dimiliki oleh perorangan maupun badan usaha yang memenuhi kriteria usaha mikro, kecil dan menengah sebagaimana tercantum dalam peraturan perundangundangan di Indonesia.¹¹ UMKM juga dipandang sebagai kelompok usaha yang memiliki kontribusi besar dalam perekonomian nasional, baik dalam

⁸ Abdul Kadir Muhammad, *Hukum dan Penelitian Hukum*, Bandung: Citra Aditya, 2004. Halaman 134

⁹ Peter Mahmud Marzuki, *Penelitian Hukum*, Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2005, Halaman 83

¹⁰ *Ibid*, Halaman 94.

¹¹ Pasal 1 angka 1 Undang-undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah.

penciptaan lapangan pekerjaan, peningkatan pendapatan, maupun pemerataan kesejahteraan masyarakat.¹² Berikut beberapa fungsi penting UMKM dalam perekonomian, diantaranya:

- a. **Meningkatkan pertumbuhan ekonomi nasional dan daerah.** UMKM memberikan kontribusi signifikan terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) serta menopang kestabilan ekonomi nasional.¹³
- b. **Menyediakan dan memperluas lapangan kerja.** Sektor UMKM menyerap tenaga kerja dalam jumlah besar sehingga membantu mengurangi angka pengangguran.¹⁴
- c. **Mendorong distribusi pendapatan dan mengurangi kesenjangan ekonomi.** UMKM tersebar hingga ke daerah-daerah, sehingga mampu mendorong pemerataan pembangunan ekonomi.¹⁵
- d. **Mendorong Inovasi dan Kreativitas Masyarakat.** UMKM bergerak luwes dan adaptif, sehingga menjadi motor inovasi dan kreativitas dalam sektor ekonomi mikro.¹⁶
- e. **Meningkatkan ketahanan ekonomi nasional.** UMKM terbukti lebih mampu bertahan pada situasi krisis ekonomi dibandingkan usaha besar.¹⁷

UMKM perlu memastikan keberlanjutan usahanya ditengah persaingan yang ketat. Dalam konteks hukum, merek memberikan perlindungan atas identitas usaha sehingga UMKM memiliki kepastian hukum dalam menjalankan usahanya. Pasal 1 Angka 1 Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis menyebutkan merek adalah tanda yang dapat ditampilkan secara grafis berupa gambar, logo, nama, kata, huruf, angka, susunan warna, dalam bentuk 2 (dua) dimensi dan/atau 3 (tiga) dimensi, suara, hologram, atau kombinasi dari 2 (dua) atau lebih unsur tersebut untuk membedakan barang dan/atau jasa yang diproduksi oleh orang atau badan hukum dalam kegiatan perdagangan barang dan/atau jasa.

Merek bukan sekedar nama atau logo, lebih dari itu merek merupakan identitas yuridis produk yang membedakan produk satu pelaku usaha dari produk pelaku usaha lainnya. Sebagai identitas yuridis, merek diakui dan dilindungi oleh hukum, merek memiliki status hukum setelah didaftarkan dan mendapatkan sertifikat dari Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual

¹² Kementerian Koperasi dan UKM RI, *Profil UMKM Indonesia 2022*, Kemenkop UKM Republik Indonesia, 2022

¹³ *ibid*

¹⁴ Badan Pusat Statistik, *Statistik UMKM Indonesia 2023*, Jakarta: BPS RI, 2023

¹⁵ Muhammad, S. *Peran UMKM dalam Perekonomian Indonesia*, Jurnal Ekonomi & Kebijakan Publik, Vol. 12 No. 2, 2021.

¹⁶ Suryana, *Kewirausahaan: Teori dan Praktik*, Jakarta: Salemba Empat, 2019.

¹⁷ Tambunan, Tulus. *UMKM di Indonesia: Isu-isu Penting*, Jakarta: LP3ES, 2019.

(DJKI) sebagai bukti kepemilikan hak eksklusif. Dengan demikian sifat pendaftaran merek merupakan suatu kewajiban dan keharusan yang harus dilakukan oleh pemiliknya karena hak itu pada dasarnya diberikan oleh negara atas dasar pendaftaran.¹⁸ Merek memiliki kekuatan alat bukti, dalam hal terjadi sengketa dikemudian hari, merek yang terdaftar dapat menjadi alat bukti otentik, sehingga kedudukannya kuat. Merek dapat menjadi objek hukum, merek yang telah terdaftar dapat digunakan oleh pemegang hak sebagai objek perjanjian (lisensi, waralaba), objek jaminan fidusia dan diakui sebagai asset tidak berwujud (*intangible asset*) suatu usaha. Oleh karena itu semua jenis HKI termasuk merek memiliki implikasi ekonomi yang signifikan bagi pemiliknya.¹⁹

UMKM dalam menjalankan aktivitas usahanya membutuhkan perlindungan hukum agar dapat beroperasi secara aman, memperoleh kepastian berusaha, serta memiliki daya saing di pasar. Perlindungan hukum merupakan segala macam upaya yang diberikan untuk pemenuhan hak dan pemberian bantuan yang memberikan rasa aman kepada subjek hukum. Teori perlindungan hukum menurut Philipus M. Hadjon menekankan bahwa negara wajib memberikan perlindungan berupa *preventive legal protection* (mencegah terjadinya pelanggaran) dan *repressive legal protection* (penyelesaian setelah terjadi pelanggaran).²⁰

Perlindungan terhadap merek diatur oleh negara melalui undang-undang, yang mencakup perlindungan preventif dan represif. Perlindungan preventif dijelaskan dalam Pasal 20, 21, dan 22 Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis, yang merupakan revisi dari Undang-Undang sebelumnya.²¹ *Preventive legal protection* terhadap produk UMKM salah satunya dapat diperoleh melalui hak atas merek, hak atas merek adalah hak eksklusif yang diberikan oleh negara kepada pemilik merek terdaftar untuk jangka waktu tertentu dengan menggunakan sendiri merek tersebut atau memberi izin kepada pihak lain untuk menggunakannya.²²

Indonesia menerapkan sistem pendaftaran merek dengan prinsip "*first to file*" atau konstitutif, di mana hak merek diperoleh setelah pendaftaran di Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual.²³ Prinsip "*first to file*" atau konstitutif ini berfungsi untuk memitigasi potensi

¹⁸ Putra, S. A. S. *Unsur Persamaan Pada Pokoknya Dalam Pendaftaran Merek Menurut Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek Dan Indikasi Geografis Dan Penerapannya Dalam Praktik Dihubungkan Dengan Pelanggaran Terhadap Merek Terkenal*. Jurnal Aktualita, 2, 2029, Halaman 20.

¹⁹ Djumhana, Muhamad., & Djubaedillah, R, 2014, *Hak Milik Intelektual: Sejarah, Teori dan Prakteknya di Indonesia*. PT. CitraAditya Bakti, Bandung, Halaman 37.

²⁰ Philipus M. Hadjon, *Perlindungan Hukum bagi Rakyat di Indonesia*, Surabaya: Bina Ilmu, 1987.

²¹ Hans, C., & Kansil, C. S. *Analisis bentuk perlindungan hukum terhadap penggunaan merek pada kelas barang dan jasa yang sama*. UNES Law Review, 6(2), 2023. Halaman 4165.

²² Pasal 1 Angka 5 Undang-undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis

²³ Manurung, R. W. T., & Silalahi, W. *Perlindungan Hukum Terhadap Suatu Merek Terdaftar Di Indonesia*. USRAH: Jurnal Hukum Keluarga Islam, 6(1), 2025. Halaman 189.

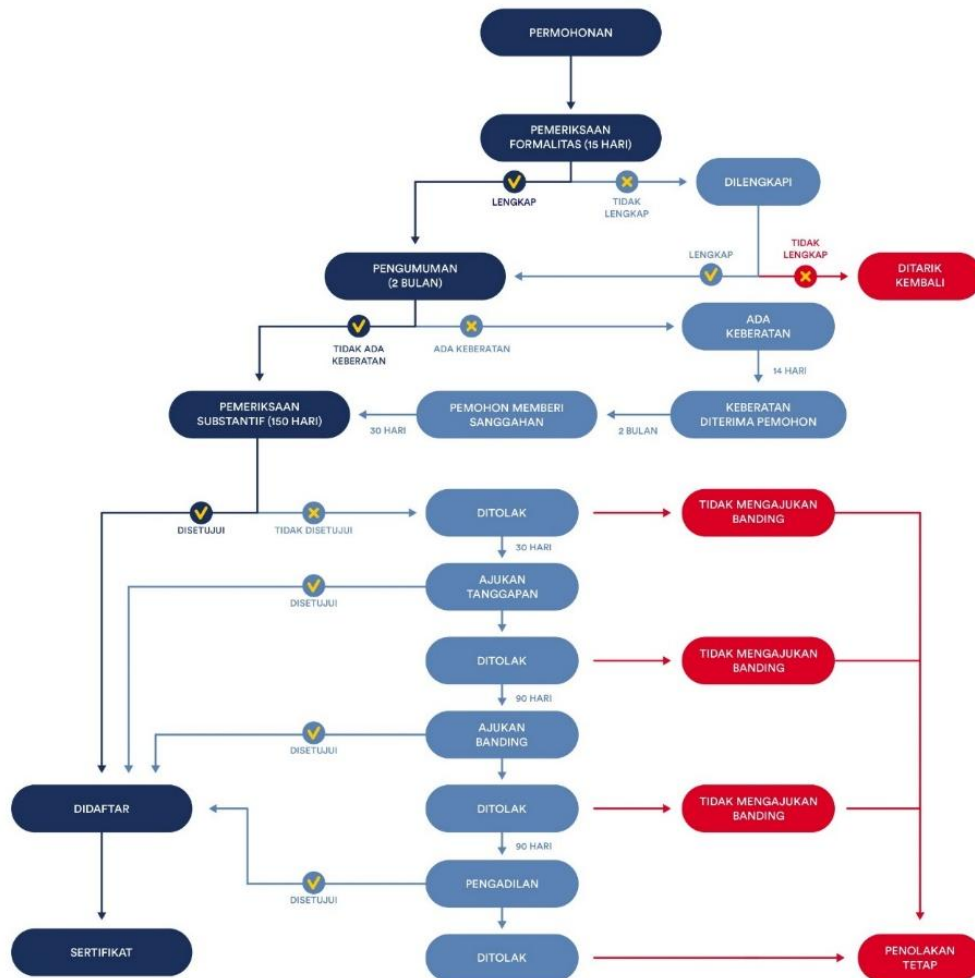
perselisihan dikemudian hari atas hak merek dagang, sistem ini mengakui kepemilikan berdasarkan tanggal pengajuan yang pasti, bukan klaim penggunaan yang kabur. Pengaturan tentang sistem ini melalui ketentuan Pasal 3 Undang-undang Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis menyebutkan hak atas merek diperoleh setelah merek tersebut terdaftar. Ketentuan ini sejalan dengan pengaturan dalam perjanjian *TRIP'S (Trade Related Aspects of Intellectual Property Rights)* yang menyatakan pemilik dari merek yang terdaftar akan mempunyai hak eksklusif untuk melarang pihak ketiga, yang tidak mempunyai persetujuan dari padanya, untuk memakai merek yang sama atau serupa untuk barang-barang atau jasa yang adalah sama atau menyerupai dengan barang-barang dan jasa-jasa untuk mana merek dagang bersangkutan telah didaftarkan.²⁴ Merek terdaftar mendapat perlindungan hukum untuk jangka waktu 10 (sepuluh) tahun sejak tanggal penerimaan.²⁵ Oleh karenanya, pelaku UMKM yang belum mendaftarkan mereknya belum memiliki perlindungan hukum penuh, sehingga rentan terhadap sengketa dan pembajakan merek.

Perlindungan hukum preventif melalui pendaftaran merek di DJKI dilaksanakan melalui serangkaian tahapan administrative dan substantif yang ketat, termasuk tahap pemeriksaan formalitas, pengumuman, pemeriksaan substantif, hingga kemungkinan adanya keberatan, sanggahan, dan upaya hukum lanjutan.²⁶ Berikut mekanisme pendaftaran merek:

²⁴ Isradi Maesa, dkk, Pelaksanaan Pendaftaran Merek Dagang pada Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Bukittinggi, *Unnes Law Review*, Vol 6, No 1, September 2023, Halaman 607.

²⁵ Pasal 35 Ayat (1) Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis

²⁶ Zahra, D., & Pawestri, A. Y. (2026). Perlindungan Hukum Pemegang Hak atas Merek yang Dikomersialisasi Tanpa Izin (Studi Passing Off pada merek Alfamart dan Almaduro di Rambipuji Jember). *J-CEKI: Jurnal Cendekia Ilmiah*, 5(3), Halaman 1362.



Gambar 1. Mekanisme Pendaftaran Merek

Bentuk lain perlindungan preventif terhadap merek dapat dilakukan melalui sosialisasi dan edukasi terkait urgensi perlindungan hukum terhadap merek. Sosialisasi dan edukasi ini memainkan peran krusial dalam perlindungan preventif merek dagang dan jasa, khususnya untuk meningkatkan kesadaran hukum di kalangan pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) yang sering kali tidak mendaftarkan merek akibat kurang memahami manfaat dan prosedur hukumnya.²⁷ Berikut beberapa program sosialisasi dan edukasi yang diselenggarakan oleh Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual (DJKI) Kementerian Hukum, diantaranya:

- 1) SIVIKI: layanan konsultasi daring tentang Hak Kekayaan Intelektual
- 2) Klinik HKI: pendampingan pendaftaran merek melalui *Mobile Intellectual Property Clinic*

²⁷ Clara, S. L., Rusmawati, D. E., & Ariani, N. D. (2025). *PERLINDUNGAN HUKUM MEREK DI INDONESIA SECARA PREVENTIF DAN PENEGAKAN REPRESIF BERDASARKAN UNDANG-UNDANG NO. 20 TAHUN 2016 TENTANG MEREK DAN INDIKASI GEOGRAFIS*. Causa: Jurnal Hukum dan Kewarganegaraan, 14(2), Halaman 135.

- 3) HKI Goes to Campus: edukasi untuk mahasiswa tentang prosedur dan klasifikasi merek
- 4) HKI Goes to Market: pelatihan bagi UMKM untuk memahami pendaftaran, hak eksklusif, dan pencegahan pelanggaran merek.

Program-program ini bertujuan mendorong pendaftaran merek dan meningkatkan pemahaman pelaku usaha guna mencegah pelanggaran merek secara efektif. Pada tingkat Kabupaten Aceh Barat, kegiatan *preventif* bidang sosialisasi dan edukasi sejenis diselenggarakan oleh Dinas Perdagangan, Perindustrian, Koperasi dan UKM Aceh Barat bekerjasama dengan Universitas Teuku Umar dan Kantor Wilayah Kementerian Hukum Aceh melaksanakan Kegiatan sosialisasi dan pendampingan Hukum Kekayaan Intelektual: Strategi Mitigasi Risiko UMKM di Aceh Barat melalui Perlindungan Merek.²⁸

Berbagai usaha dalam mewujudkan perlindungan *preventif* telah dilakukan, namun studi lapangan menunjukkan bahwa sebagian pelaku UMKM masih belum mengetahui kewenangan DJKI, urgensi perlindungan dan prosedur pendaftaran merek. Minimnya fasilitas konsultasi HKI di tingkat daerah menyebabkan masyarakat tidak memiliki akses memadai.²⁹ Hal ini tidak sesuai dengan konsep perlindungan *preventif* yang seharusnya memberikan ruang partisipasi sebelum pelanggaran terjadi.³⁰

Sementara perlindungan represif ditegaskan dalam ketentuan pidana dan Pasal 90 hingga 95 Undang-Undang Nomor 15 Tahun 2001, yang kini diteruskan dalam Pasal 100 hingga 103 Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016. Jika terjadi pelanggaran merek, pemilik merek akan mendapatkan perlindungan hukum sesuai dengan ketentuan Undang-Undang tentang Merek. Adanya sistem perlindungan tersebut menegaskan kewajiban negara dalam menjalankan penegakan hukum terkait merek. Dengan demikian, Ketika terjadi pelanggaran merek yang telah terdaftar, pemilik merek memiliki hak untuk mengambil langkah hukum dengan mengajukan gugatan ke Pengadilan.³¹

Repressive legal protection berfungsi memberikan perlindungan hukum dalam menyelesaikan sengketa melalui mekanisme penyelesaian sengketa baik melali jalur litigasi maupun non litigasi. Perlindungan represif muncul ketika terjadi pelanggaran merek, dimana pemilik merek berhak menuntut ganti rugi, mengajukan gugatan ke Pengadilan Niaga atau

²⁸ Effida, D. Q., Kemalasari, P., & Yuana, A. (2025). Socialization and Legal Assistance on Intellectual Property Rights: A Risk Mitigation Strategy for MSMEs in West Aceh through Trademark Protection. AIWADTHU: Jurnal Pengabdian Hukum, 5(3), 137.

²⁹ Rohanisah, Pelaku UMKM Aceh Barat, Wawancara, 13 Agustus 2025. Pukul 11.20 WIB.

³⁰ Hadjon, *ibid*.

³¹ Hans, C., & Kansil, C. S., Op.cit, Halaman 4165.

meminta penindakan administratif. Permasalahan terhadap merek yang terjadi di Kabupaten Aceh Barat adalah penggunaan kata dan logo yang sama “Tumpeng Meulaboh” dengan lokasi kegiatan usaha yang sama. Hal ini mengakibatkan kerugian pada pemilik awal dikarenakan standar produk dan “rasa” tiap pelaku usaha berbeda.³²

Tujuan utama dari perlindungan hukum represif adalah untuk memberikan efek jera kepada pelanggar dan mencegah terjadinya pelanggaran serupa di masa depan. Perlindungan ini juga bertujuan untuk memulihkan kerugian yang dialami oleh pemilik merek akibat pelanggaran, baik melalui gugatan ganti rugi maupun penghentian penggunaan merek yang melanggar. Selain itu, perlindungan hukum represif juga berfungsi untuk menjaga integritas dan reputasi merek, serta memastikan bahwa konsumen tidak tertipu oleh produk atau jasa yang menggunakan merek secara tidak sah.³³

Menurut Gustav Radbruch, kepastian hukum merupakan unsur penting dalam negara hukum karena memberikan stabilitas dan prediktabilitas.³⁴ Kepastian hukum dalam konteks merek hanya dapat ditegakkan apabila suatu merek didaftarkan dan memperoleh sertifikat resmi dari negara. Pendaftaran merek merupakan bukti konkret dari nilai kepastian hukum, karena hanya merek terdaftar yang diakui secara yuridis. Namun rendahnya pendaftaran membuat banyak merek berstatus “tidak terlindungi” dan rentan disalahgunakan. Situasi ini menunjukkan bahwa kepastian hukum bagi UMKM Aceh Barat belum tercapai secara efektif. Berikut data jumlah UMKM Aceh Barat yang sudah mendaftarkan merek dalam kurun waktu 3 (tiga) tahun terakhir:

Tabel 1: Data UMKM Aceh Barat yang sudah Mendaftar Merek 3 Tahun Terakhir

No	Tahun Penerimaan/Pengajuan	Jumlah Pengajuan Merek UMKM
1	2023	16
2	2024	7
3	2025	5
Total 5 Tahun		46

Sumber: Dinas Perdagangan, Perindustrian, Koperasi dan UKM Aceh Barat

Berdasarkan data di atas, terlihat fluktuasi signifikan dalam pengajuan merek dalam rentang waktu 3 tahun terakhir oleh pelaku UMKM di Aceh Barat dengan tren penurunan jumlah pendaftaran tiap tahunnya. Hal ini menunjukkan bahwa pelaku UMKM belum

³² Reni Ratmilla, Pelaku UMKM Aceh Barat, Wawancara, 13 Agustus 2025. Pukul 11.20 WIB.

³³ Clara, S. L., Rusmawati, D. E., & Ariani, N. D., Op.cit, Halaman 137.

³⁴ Gustav Radbruch, *Legal Philosophy*, Oxford: Clarendon Press, 1950.

menyadari pentingnya perlindungan hukum terhadap merek produknya. Sejalan dengan teori efektivitas hukum oleh Soerjono Soekanto, perlindungan hukum merek sebagai identitas produk UMKM di Aceh Barat, dapat dilihat dari factor-faktor sebagai berikut:

- a. **Faktor Hukum**, dalam sistem hukum Indonesia, perlindungan terhadap merek diatur oleh Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis, yang memberikan dasar hukum bagi pemilik merek untuk mengklaim hak eksklusif atas merek terdaftar. Namun implementasinya masih terkendala pada sosialisasi dan akses pendampingan. Sosialisasi terkait merek di Kabupaten Aceh Barat masih terbatas, mengakibatkan pelaku UMKM hanya melihat merek sebagai nama produk, tanpa menyadari aspek yuridis dari pendaftaran merek.
- b. **Faktor Penegak Hukum**, Penegakan hukum terkait pelanggaran merek di Kabupaten Aceh Barat masih lemah, pelaku UMKM menganggap bahwa proses hukum untuk menuntut pelanggaran merek akan memakan waktu dan biaya yang tinggi, sehingga mereka lebih memilih untuk mengambil tindakan diluar hukum, misalnya menegur langsung pelanggar merek atau dengan mekanisme lain diluar hukum. Factor lain dari sisi penegak hukum, belum adanya unit khusus yang mewadahi Hak Kekayaan Intelektual (HKI) baik di Dinas Koperasi dan UMKM, Dinas Perindustrian maupun instansi terkait lainnya.
- c. **Faktor Sarana dan Prasarana**, meskipun perkembangan teknologi digital semakin pesat, pelaku UMKM di Aceh Barat masih menghadapi keterbatasan dalam mengakses teknologi dan informasi yang diperlukan untuk melakukan pendaftaran merek secara efektif. Walaupun Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual (DJKI) telah menyediakan fasilitas pendaftaran merek secara daring, tidak semua UMKM dapat memanfaatkannya dengan optimal. Sebagian pelaku UMKM belum memiliki perangkat teknologi yang memadai, seperti komputer atau jaringan internet yang stabil, sehingga menyulitkan mereka untuk menggunakan layanan pendaftaran merek secara online.
- d. **Faktor Masyarakat**, sebagian pelaku UMKM di Kabupaten Aceh Barat tidak menyadari pentingnya pendaftaran merek, sehingga mereka menganggap pendaftaran merek sebagai biaya tambahan yang tidak diperlukan.
- e. **Faktor Budaya**, budaya usaha di Aceh Barat sering kali tidak berorientasi pada proteksi legal, tetapi lebih pada kepercayaan sosial sehingga formalitas hukum kurang diperhatikan.

Faktor-faktor yang dikemukakan di atas menunjukkan tingkat efektivitas perlindungan hukum merek UMKM di Aceh Barat masih rendah. Secara normatif, negara telah menyediakan kerangka perlindungan hukum yang memadai bagi UMKM melalui Undang-undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis serta peraturan terkait lainnya, namun implementasinya di Aceh Barat masih mengalami hambatan praktis dari berbagai faktor.

2. Hambatan Dalam Perlindungan Merek UMKM di Aceh Barat

Berdasarkan pengamatan empiris yang dilakukan dalam penelitian ini terkait hambatan dalam perlindungan Merek UMKM di Aceh Barat, dapat dirumuskan beberapa hambatan, diantaranya:

- a. Kurangnya Pemahaman UMKM tentang Pentingnya Perlindungan Merek.

Perlindungan merek merujuk pada hak eksklusif yang diberikan oleh negara kepada pemilik merek terdaftar untuk menggunakan merek tersebut dalam perdagangan barang atau jasa, serta mencegah pihak lain untuk menggunakan merek yang serupa atau identik dalam kategori produk yang sama. Dalam sistem hukum Indonesia, pendaftaran merek diatur oleh Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis, yang memberikan dasar hukum bagi pemilik merek untuk mengklaim hak eksklusif atas merek yang mereka daftarkan.

Menurut teori ekonomi hak kekayaan intelektual, merek merupakan bentuk kapitalisasi atas reputasi dan kualitas yang dibangun oleh produsen. Sebagai contoh, menurut Helfer³⁵, merek tidak hanya melindungi konsumen dari kebingungan produk, tetapi juga melindungi produsen dari kompetisi tidak sehat yang dapat merusak investasi yang telah dilakukan dalam membangun identitas produk mereka. Oleh karena itu, perlindungan merek menjadi krusial untuk menjamin keberlanjutan dan perkembangan usaha, terutama bagi UMKM yang rentan terhadap pemalsuan dan peniruan produk.

Kondisi berkenaan dengan hambatan yang dimaksud, dapat dijelaskan melalui beberapa faktor diantaranya:

1) Kurangnya Penyuluhan dan Sosialisasi Hukum

Salah satu alasan utama mengapa pelaku UMKM tidak memahami pentingnya pendaftaran merek adalah kurangnya penyuluhan dan sosialisasi mengenai hak kekayaan intelektual, terutama yang berkaitan dengan merek.³⁶ Penyuluhan yang

³⁵ Helfer, L. R. (2004). "The New Innovation Frontier: The Role of Intellectual Property in the New Economy". *Journal of Technology Transfer*, 29(3), 227–241.

³⁶ Riska Imelda, Pelaku UMKM Aceh Barat, Wawancara, 13 Agustus 2025, Pukul 12.00 Wib

terbatas dari pihak terkait seperti pemerintah atau lembaga hukum mengakibatkan rendahnya tingkat pengetahuan tentang hak kekayaan intelektual di kalangan pelaku UMKM. Banyak pelaku UMKM yang hanya melihat merek sebagai nama produk, tanpa menyadari bahwa merek yang terdaftar memberikan perlindungan hukum yang kuat dan dapat meningkatkan nilai jual produk mereka di pasar.

2) Keterbatasan Sumber Daya dan Akses Informasi

Keterbatasan akses terhadap informasi tentang prosedur pendaftaran merek juga menjadi kendala signifikan. Sebagian besar UMKM di Kabupaten Aceh Barat cenderung mengandalkan saluran informasi yang terbatas, seperti dari mulut ke mulut, yang dapat menyesatkan atau tidak lengkap. Hal ini sejalan dengan keterangan yang disampaikan oleh Ardi Syahputra³⁷ yang mengungkapkan bahwa kurangnya sumber daya manusia yang berkompeten dalam mengelola HKI, serta terbatasnya akses ke teknologi informasi, membuat UMKM kesulitan dalam mencari informasi yang akurat mengenai prosedur pendaftaran merek.

3) Faktor Budaya dan Psikologi Ekonomi

Pemahaman tentang merek juga dipengaruhi oleh faktor budaya dan psikologi ekonomi. Beberapa pelaku UMKM di Kabupaten Aceh Barat memandang pendaftaran merek sebagai hal yang tidak terlalu penting atau sebagai biaya tambahan yang tidak diperlukan.³⁸ Padahal, menurut teori perilaku ekonomi, keputusan ini sering kali dipengaruhi oleh bias ketidakpastian dan resistensi terhadap perubahan, yang umum ditemui pada pelaku usaha kecil dan menengah yang lebih berfokus pada kelangsungan operasional sehari-hari daripada perlindungan jangka panjang terhadap produk mereka. Selain itu, adanya anggapan bahwa merek hanya penting bagi perusahaan besar, dan bukan untuk UMKM, juga menjadi salah satu penyebab rendahnya pemahaman ini.

4) Keterbatasan Pengetahuan Hukum

Salah satu aspek yang paling mencolok adalah minimnya pengetahuan hukum di kalangan pelaku UMKM. Berdasarkan keterangan yang disampaikan oleh Cut Durratul Ramadhani³⁹, mayoritas pelaku UMKM di daerah-daerah seperti Kabupaten Aceh Barat tidak memiliki pemahaman mendalam tentang hak kekayaan

³⁷ Ardi Syahputra, Pelaku UMKM Aceh Barat, Wawancara, 13 Agustus 2025, Pukul 12.30 WIB

³⁸ Ida Suriana, Pelaku UMKM Aceh Barat, Wawancara, 14 Agustus 2025, Pukul 10.00 Wib

³⁹ Cut Durratul Ramadhani, Pelaku UMKM Aceh Barat, Wawancara, 14 Agustus 2025, Pukul 11.00

intelektual dan regulasi yang mengaturnya, termasuk mengenai hak-hak yang dapat diperoleh setelah mendaftarkan merek. Tanpa pemahaman yang jelas tentang aspek hukum, mereka cenderung mengabaikan pentingnya pendaftaran merek meskipun mereka menghadapi risiko pelanggaran merek atau persaingan yang tidak sehat.

Faktor-faktor yang dikemukakan dalam penjelasan tersebut berdasarkan temuan wawancara lapangan diketahui menjadi penyebab terciptanya kondisi dalam bentuk hambatan yaitu kurangnya pemahaman UMKM tentang perlindungan Merek.

b. Biaya Pendaftaran Merek yang Tinggi

Berkenaan dengan pembiayaan pendaftaran merek meskipun telah mengalami penurunan, namun tetap masih menjadi hambatan bagi pelaku usaha UMKM khususnya di Kabupaten Aceh Barat. Ditinjau dari Perspektif teori ekonomi, keputusan untuk menginvestasikan sumber daya dalam pendaftaran merek berkaitan dengan pemikiran rasional tentang pengembalian investasi (*return on investment*). Menurut teori biaya transaksi yang dikemukakan oleh Williamson,⁴⁰ setiap keputusan yang diambil oleh pelaku usaha harus memperhitungkan tidak hanya biaya langsung, tetapi juga manfaat jangka panjang yang dapat diperoleh dari investasi tersebut. Dalam hal ini, pendaftaran merek seharusnya dilihat sebagai investasi untuk melindungi produk dari pemalsuan, persaingan tidak sehat, serta sebagai sarana untuk meningkatkan kredibilitas di pasar.

Di sisi lain, pendaftaran merek juga dapat dilihat dari perspektif hukum ekonomi. Menurut teori hak kekayaan intelektual (HKI), pendaftaran merek memberikan hak eksklusif yang memungkinkan pemilik merek untuk mencegah pihak lain menggunakan merek yang sama atau serupa tanpa izin. Hal ini memberikan perlindungan terhadap inovasi dan reputasi yang dibangun oleh produsen. Namun, bagi banyak UMKM, biaya pendaftaran merek yang harus dikeluarkan sering kali dianggap sebagai pengeluaran tambahan yang tidak dapat langsung dirasakan manfaatnya.⁴¹

Paradigma UMKM terkait biaya pendaftaran merek yang tinggi setidaknya-tidaknya disebabkan oleh beberapa faktor yang dirumuskan berdasarkan temuan wawancara lapangan, meliputi:

1) Ketidaksesuaian Antara Anggaran UMKM dengan Biaya Pendaftaran Merek

Banyak pelaku UMKM yang menghadapi kesulitan dalam mengalokasikan anggaran untuk pendaftaran merek, dikarenakan lebih memprioritaskan

⁴⁰ Williamson, O. E. (1985). *The Economic Institutions of Capitalism: Firms, Markets, Relational Contracting*. Free Press. Hlm. 31

⁴¹ Elvo Almehra, Pelaku UMKM Aceh Barat, Wawancara, 15 Agustus 2025, Pukul 10.00 Wib

pengeluaran untuk operasional harian, seperti pembelian bahan baku, biaya produksi, dan upah tenaga kerja. Bagi pelaku UMKM, pendaftaran merek sering dianggap sebagai biaya yang tidak langsung mendatangkan keuntungan dalam jangka pendek. Hal ini terutama terjadi pada UMKM yang baru memulai usaha dan memiliki keterbatasan modal. Berdasarkan keterangan yang disampaikan oleh responden⁴², banyak pelaku UMKM yang lebih memilih untuk mengalokasikan dana mereka pada aspek operasional daripada pada pendaftaran merek, karena mereka belum melihat nilai perlindungan merek secara jelas.

2) Minimnya Dukungan Pemerintah Dalam Pembiayaan Pendaftaran Merek

Salah satu alasan utama mengapa biaya pendaftaran merek menjadi hambatan bagi UMKM adalah kurangnya dukungan pembiayaan atau subsidi dari pemerintah untuk mendaftarkan merek. Meskipun pemerintah Indonesia melalui Kementerian Hukum dan HAM telah memberikan kemudahan bagi UMKM dalam hal pendaftaran merek, seperti tarif yang lebih rendah dan prosedur yang lebih sederhana, namun subsidi atau bantuan langsung yang memadai masih terbatas. Berdasarkan keterangan Rahmi Indah Sari⁴³, meskipun pemerintah telah meluncurkan berbagai program bantuan untuk UMKM, tidak semua UMKM mendapatkan manfaat dari program tersebut, terutama yang berada di daerah terpencil seperti Aceh Barat.

c. Prosedur Pendaftaran Merek yang Dianggap Rumit.

Proses administrasi dalam pendaftaran merek dapat dilihat dari perspektif teori birokrasi dan teori ekonomi hukum. Menurut Max Weber, birokrasi dalam sistem hukum berfungsi untuk memberikan kepastian dan keteraturan dalam proses administratif. Namun, dalam konteks pendaftaran merek di Indonesia, birokrasi ini sering kali dianggap tidak ramah bagi pelaku UMKM, terutama karena prosedur yang panjang dan dokumentasi yang rumit. Dalam hal ini, teori birokrasi yang disusun oleh Weber memberikan pandangan bahwa meskipun birokrasi diharapkan dapat meningkatkan efisiensi dan transparansi, dalam praktiknya justru dapat menambah beban administratif yang membingungkan, terutama bagi pelaku usaha kecil.

Di sisi lain, teori ekonomi hukum menjelaskan bahwa biaya transaksi yang tinggi (termasuk biaya administratif dan biaya waktu) akan menghalangi individu atau entitas ekonomi, seperti UMKM, untuk melaksanakan tindakan yang menguntungkan dalam jangka

⁴² Elvo Almehra, Pelaku UMKM Aceh Barat, Wawancara, 15 Agustus 2025, Pukul 10.00 Wib

⁴³ Rahmi Indah Sari, Pelaku UMKM Aceh Barat, Wawancara, 15 Agustus 2025, Pukul 11.00 Wib

panjang. Sebagai contoh, menurut Ronald H Coase dalam jurnal ilmiahnya berjudul *The Nature of The Firm* (1973), memberikan contoh jika biaya transaksi untuk melaksanakan hak hukum terlalu tinggi, maka individu akan lebih memilih untuk tidak melaksanakan hak tersebut, meskipun secara teoritis mereka memiliki hak yang sah. Dalam hal ini, biaya transaksi yang terdiri dari waktu dan upaya untuk memahami prosedur pendaftaran merek yang rumit dapat menyebabkan UMKM untuk menghindari pendaftaran merek, meskipun mereka menyadari bahwa hak merek itu penting.

Meskipun Pemerintah Indonesia melalui Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual (DJKI) telah menyederhanakan prosedur pendaftaran merek dengan memperkenalkan layanan daring dan mengurangi biaya pendaftaran, pelaku UMKM di Kabupaten Aceh Barat masih menemui hambatan signifikan terkait proses administrasi ini. Dua hambatan utama yang sering ditemukan adalah sebagai berikut:

1) Kebingungan Dalam Memenuhi Persyaratan Dokumen Pendaftaran

Proses pendaftaran merek mengharuskan pelaku UMKM untuk memenuhi sejumlah persyaratan administrasi yang cukup kompleks, termasuk formulir pendaftaran, surat kuasa (jika diperlukan), serta dokumen identitas pemilik usaha dan produk yang didaftarkan. Bagi pelaku UMKM, terutama mereka yang tidak memiliki latar belakang hukum atau pengalaman dalam urusan administratif, melengkapi dokumen ini dapat menjadi tantangan tersendiri.

Menurut keterangan Rohanisah⁴⁴, UMKM sering kali merasa kesulitan dalam menyusun dan melengkapi dokumen-dokumen yang diperlukan untuk pendaftaran merek. Proses ini menjadi semakin rumit apabila pelaku usaha tidak memiliki akses ke layanan hukum atau tidak memiliki konsultan HKI yang dapat memberikan panduan tentang persyaratan administrasi yang tepat. Selain itu, ketidakpastian dalam menentukan jenis merek yang sesuai untuk pendaftaran atau pemilihan kelas produk yang tepat juga sering menjadi hambatan.

2) Kurangnya Fasilitas Pendampingan Dalam Proses Pendaftaran Merek

Salah satu hambatan signifikan lainnya adalah kurangnya pendampingan atau fasilitasi dari pihak yang berkompeten dalam proses pendaftaran merek. Walaupun DJKI telah menyediakan layanan daring yang memungkinkan pelaku UMKM untuk mengakses informasi pendaftaran secara mandiri, banyak dari mereka yang belum terbiasa dengan penggunaan teknologi dan prosedur yang panjang. Tanpa

⁴⁴ Rohanisah, Pelaku UMKM Aceh Barat, Wawancara, 13 Agustus 2025. Pukul 11.20 WIB.

pendampingan yang memadai, pelaku UMKM kesulitan untuk memahami setiap tahapan dari proses pendaftaran merek, dari pengisian formulir hingga menghadapi potensi kendala administratif yang mungkin muncul setelah pendaftaran diajukan. Pendampingan atau fasilitasi yang efektif sangat penting untuk memastikan pelaku UMKM dapat mengikuti prosedur dengan benar dan menghindari kesalahan administrasi yang dapat memperlambat proses pendaftaran atau bahkan menyebabkan pengajuan ditolak. Namun, berdasarkan keterangan dari Reni Ratmilla⁴⁵ di Kabupaten Aceh Barat, fasilitasi semacam ini sangat terbatas. Sebagian besar UMKM tidak memiliki akses yang memadai ke layanan konsultasi hukum atau bimbingan terkait pendaftaran merek. Selain itu, meskipun pemerintah dan lembaga terkait sering menawarkan program pendampingan, jumlahnya masih belum cukup untuk menjangkau semua pelaku UMKM, terutama yang berada di daerah yang lebih terpencil.

d. Tingkat Kepatuhan yang Rendah terhadap HKI

Gambaran nyata terkait dengan pendaftaran merek di lapangan memperlihatkan fenomena di mana terdapat banyak pelaku UMKM di wilayah Kabupaten Aceh Barat bersikap acuh atau tidak terlalu memperhatikan aspek perlindungan hukum atas merek yang mereka miliki. Walaupun berbagai usaha telah dilakukan oleh instansi terkait berkenaan dengan peningkatan pemahaman tentang pentingnya merek. Para pelaku UMKM cenderung mengabaikan pendaftaran resmi pada Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual (DJKI). Dan ditambah lagi ditemukan beberapa pelaku UMKM yang tidak memiliki pengetahuan atau enggan menuntut apabila terdapat pelanggaran terhadap merek mereka.

Berdasarkan teori kepatuhan hukum, sebuah masyarakat atau kelompok individu akan lebih patuh terhadap hukum apabila mereka merasa bahwa hukum tersebut dapat memberikan manfaat yang jelas dan dapat ditegakkan dengan tegas. Kepatuhan terhadap hukum sangat dipengaruhi oleh persepsi terhadap keadilan dan kesesuaian antara aturan hukum dengan kebutuhan dan kondisi masyarakat. Dalam konteks HKI, apabila pelaku UMKM merasa bahwa pendaftaran merek tidak memberikan manfaat langsung yang cukup, atau jika mereka tidak percaya bahwa pelanggaran terhadap merek akan dihukum dengan tegas, mereka akan lebih cenderung mengabaikan proses pendaftaran atau tidak menegakkan hak mereka ketika terjadi pelanggaran.

⁴⁵ Reni Ratmilla, Pelaku UMKM Aceh Barat, Wawancara, 13 Agustus 2025. Pukul 11.20 WIB.

Sudut pandang teori hukum ekonomi Posner menunjukkan bahwa kepatuhan terhadap hukum dapat dipengaruhi oleh biaya transaksi yang terkait dengan penerapan hukum tersebut. Jika biaya yang harus dikeluarkan untuk menegakkan hak, seperti biaya hukum untuk menggugat pelanggaran merek, terlalu tinggi atau terlalu rumit, pelaku UMKM mungkin lebih memilih untuk tidak menuntut pelanggaran tersebut, meskipun mereka memiliki hak yang sah. Dalam hal ini, meskipun hukum memberikan perlindungan atas merek, biaya dan kompleksitas yang terkait dengan proses penegakan hukum dapat menjadi hambatan bagi pelaku UMKM untuk mematuhi aturan tersebut.

Tingkat kepatuhan yang rendah terhadap hukum HKI, khususnya dalam hal perlindungan merek, di kalangan UMKM di Kabupaten Aceh Barat dapat dipahami melalui beberapa hambatan utama:

1) Kurangnya Kesadaran tentang Pentingnya Perlindungan Merek

Salah satu alasan utama mengapa banyak pelaku UMKM tidak memperhatikan perlindungan hukum atas merek mereka adalah kurangnya pemahaman mengenai manfaat jangka panjang dari pendaftaran merek. Banyak pelaku UMKM yang masih menganggap merek sebagai sesuatu yang tidak terlalu penting, atau hanya sebatas nama produk tanpa mempertimbangkan aspek hukum yang menyertainya. Menurut keterangan Evo Almehra⁴⁶, sebagian besar pelaku UMKM di daerah-daerah terpencil seperti Kabupaten Aceh Barat tidak sepenuhnya memahami bahwa pendaftaran merek memberikan hak eksklusif yang melindungi produk mereka dari pemalsuan dan persaingan tidak sehat.

Selain itu, banyak pelaku UMKM yang berfokus pada kebutuhan operasional jangka pendek, seperti pengadaan bahan baku dan pemasaran, yang mereka anggap lebih mendesak daripada pendaftaran merek. Oleh karena itu, mereka cenderung mengabaikan pentingnya memiliki perlindungan hukum yang sah atas merek mereka.

2) Kurangnya Penegakan Hukum Terhadap Pelanggaran Merek

Meskipun hukum di Indonesia memberikan perlindungan yang cukup kuat bagi pemilik merek terdaftar, penegakan hukum terkait pelanggaran merek masih lemah, terutama di daerah-daerah seperti Kabupaten Aceh Barat. Banyak pelaku UMKM yang merasa bahwa proses hukum untuk menuntut pelanggaran merek akan

⁴⁶ Elvo Almehra, Pelaku UMKM Aceh Barat, Wawancara, 15 Agustus 2025, Pukul 10.00 Wib

memakan waktu dan biaya yang tinggi, sehingga mereka lebih memilih untuk tidak mengambil tindakan hukum meskipun merek mereka telah dilanggar.

3) Ketidakpahaman tentang Proses Gugatan dan Pemulihan Hak

Selain ketidakpahaman mengenai pentingnya pendaftaran merek, banyak pelaku UMKM yang tidak tahu bagaimana cara menggugat apabila terjadi pelanggaran terhadap merek mereka. Proses hukum untuk pemulihan hak atas merek yang dilanggar sering kali dianggap rumit dan memerlukan pemahaman yang mendalam tentang hukum. Hal ini diperburuk dengan keterbatasan akses ke informasi yang akurat dan konsultasi hukum yang terjangkau.

Berdasarkan keterangan yang disampaikan oleh Reni Ratmilla⁴⁷, UMKM di daerah-daerah seperti Kabupaten Aceh Barat umumnya tidak memiliki pengetahuan yang cukup tentang prosedur hukum untuk menuntut pelanggaran merek, baik melalui jalur administratif di DJKI maupun jalur litigasi melalui pengadilan. Tanpa pemahaman yang jelas mengenai hak-hak mereka dan prosedur hukum yang harus diikuti, banyak pelaku UMKM yang memilih untuk tidak melaporkan atau menggugat pelanggaran merek yang mereka alami.

e. Keterbatasan SDM dan Infrastruktur Dalam Pendaftaran Merek UMKM

Keterbatasan sumber daya manusia (SDM) dan infrastruktur termasuk hal yang menjadi hambatan dalam mengakses perlindungan hukum atas merek mereka. Keterbatasan ini tidak hanya menghambat pemahaman mengenai pentingnya merek, tetapi juga mempersulit pelaku UMKM dalam melaksanakan pendaftaran merek secara efisien, baik secara administratif maupun melalui saluran teknologi daring (online).

Adapun keterbatasan SDM dan Infrastruktur dalam pendaftaran Merek UMKM di Aceh Barat meliputi, hal-hal sebagai berikut:

1) Keterbatasan Kapasitas SDM dalam Memahami Aspek Hukum Merek

Salah satu hambatan utama yang dihadapi oleh pelaku UMKM di Kabupaten Aceh Barat adalah keterbatasan kapasitas SDM yang memahami aspek hukum merek secara memadai. Meskipun pelaku UMKM di daerah ini cenderung memiliki kemampuan dalam aspek teknis atau produksi, pemahaman mereka tentang pentingnya perlindungan hukum terhadap merek masih sangat terbatas. Hal ini terjadi karena umumnya pelaku UMKM tidak memiliki latar belakang hukum,

⁴⁷ Reni Ratmilla, Pelaku UMKM Aceh Barat, Wawancara, 13 Agustus 2025. Pukul 11.20 WIB.

sehingga mereka kesulitan dalam memahami proses pendaftaran merek dan hak-hak yang mereka peroleh setelah merek mereka terdaftar.

Berdasarkan keterangan dari Abdi Dharma,⁴⁸ dikatakan bahwa banyak UMKM di wilayah Kabupaten Aceh Barat yang tidak menyadari bahwa tanpa pendaftaran merek, produk mereka rentan terhadap pemalsuan dan peniruan. Mereka lebih fokus pada produksi dan pemasaran produk daripada pada perlindungan hukum atas identitas produk mereka. Oleh karena itu, meskipun mereka menyadari pentingnya merek, mereka sering kali tidak mendaftarkan merek mereka karena ketidakpahaman mengenai proses hukum yang terkait.

2) Akses yang Terbatas pada Teknologi dan Informasi untuk Pendaftaran Merek

Di Kabupaten Aceh Barat, meskipun teknologi digital telah berkembang, akses pelaku UMKM terhadap teknologi dan informasi yang memadai untuk melakukan pendaftaran merek secara efisien tetap terbatas. Meskipun Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual (DJKI) telah menyediakan layanan pendaftaran merek secara online, tidak semua UMKM di daerah ini dapat mengakses layanan tersebut dengan mudah. Beberapa pelaku UMKM tidak memiliki perangkat teknologi yang memadai, seperti komputer atau koneksi internet yang stabil, untuk mengakses layanan pendaftaran merek secara daring. Selain itu, keterbatasan pengetahuan teknologi dan rendahnya tingkat keterampilan digital di kalangan pelaku UMKM semakin memperburuk hambatan ini.

Berdasarkan keterangan dari Rohanisah⁴⁹ bahwa meskipun pendaftaran merek secara daring dapat mempermudah proses administrasi, banyak pelaku UMKM yang tidak dapat memanfaatkan fasilitas ini karena terbatasnya infrastruktur teknologi di daerah mereka. Di beberapa daerah terpencil, termasuk Kabupaten Aceh Barat, akses internet yang tidak stabil atau bahkan tidak tersedia di beberapa wilayah menghambat UMKM untuk mengakses layanan pendaftaran merek secara online dengan mudah.

3) Ketergantungan Pada Sistem Tradisional

Banyak pelaku UMKM di Kabupaten Aceh Barat yang masih mengandalkan sistem tradisional dalam menjalankan usaha mereka. Hal ini termasuk cara-cara manual dalam mengurus perizinan dan administrasi hukum, yang memerlukan waktu lebih

⁴⁸ Abdi Dharma, Analisis Kekayaan Intelektual Kanwil Kemenkum Aceh, Wawancara, 13 Agustus 2025, Pukul 11.00 Wib

⁴⁹ Rohanisah, Pelaku UMKM Aceh Barat, Wawancara, 13 Agustus 2025. Pukul 11.20 WIB.

lama dan sering kali tidak efisien. Ketergantungan pada sistem tradisional ini membuat mereka lebih sulit untuk beradaptasi dengan perkembangan teknologi dan memanfaatkan fasilitas layanan daring yang lebih cepat dan efisien.

Meskipun pemerintah telah mempermudah prosedur pendaftaran merek dengan sistem daring, tanpa dukungan yang memadai dalam bentuk pendidikan dan pendampingan, pelaku UMKM cenderung terhambat dalam memanfaatkan sistem ini secara optimal. Hal ini semakin menghambat mereka untuk mendaftarkan merek mereka, meskipun sistem daring seharusnya mempercepat proses administratif.

D. Penutup

Perlindungan hukum terhadap merek dapat diperoleh pelaku UMKM di Aceh Barat ketika merek produknya di daftarkan ke DJKI, pendaftaran ini merupakan bukti konkret dari nilai kepastian hukum, karena hanya merek terdaftar yang diakui secara yuridis. Namun rendahnya pendaftaran terlihat dari data pendaftaran merek di Kabupaten Aceh Barat dalam kurun waktu 3 tahun terakhir hanya berjumlah 46 dengan tren menurun mengakibatkan banyak produk UMKM di Aceh Barat berstatus merek “tidak terlindungi” dan rentan disalahgunakan.

Hambatan dalam perlindungan Merek UMKM di Aceh Barat, diantaranya: a) Kurangnya Pemahaman UMKM tentang Pentingnya Perlindungan Merek, b) Biaya Pendaftaran Merek yang Tinggi, c) Prosedur Pendaftaran Merek yang Dianggap Rumit, d) Tingkat Kepatuhan yang Rendah terhadap HKI, e) Keterbatasan SDM dan Infrastruktur Dalam Pendaftaran Merek UMKM.

Saran penelitian antara lain: a) adanya sosialisasi berkala baik lewat media sosial guna pengetahuan bagi UMKM tentang merek, b) adanya optimalisasi tarif khusus bagi UMKM dan subsidi biaya pendaftaran merek bagi UMKM, c) adanya panduan visual yang mudah dipahami tentang pendaftaran merek.

Daftar Pustaka

Buku

- Abdul Kadir Muhammad, 2004, *Hukum dan Penelitian Hukum*, Bandung: Citra Aditya
- Badan Pusat Statistik, 2023, *Statistik UMKM Indonesia 2023*, Jakarta: BPS RI
- Djumhana, Muhamad., & Djubaedillah, R, 2014, *Hak Milik Intelektual: Sejarah, Teori dan Prakteknya di Indonesia*. Bandung: PT. CitraAditya Bakti.
- Gustav Radbruch, 1950, *Legal Philosophy*, Oxford: Clarendon Press.
- H. OK. Saidin, 2002, *Aspek Hukum Intelektual*, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Insan Budi Maulana, 1997, *Sukses Bisnis Melalui Merek, Paten dan Hak Cipta*, Bandung: Citra Aditya Bakti.
- Kementerian Koperasi dan UKM RI, 2022, *Profil UMKM Indonesia 2022*, Kemenkop UKM Republik Indonesia
- Peter Mahmud Marzuki, 2005 *Penelitian Hukum*, Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Philipus M. Hadjon, 1987, *Perlindungan Hukum bagi Rakyat di Indonesia*, Surabaya: Bina Ilmu
- Rachmadi Usman, 2003, *Hukum Atas Kekayaan Intelektual*, Bandung: Alumni
- Rahmi Jened, 2019, *Hukum Merek dalam Era Globalisasi*. Jakarta: Rajawali Pers, 2019.
- Soekotjo Hardiwinoto, 2018, *Perlindungan Hukum terhadap Hak Kekayaan Intelektual di Indonesia*. Semarang: Universitas Diponegoro Press.
- Suryana, 2019, *Kewirausahaan: Teori dan Praktik*, Jakarta: Salemba Empat.
- Tambunan, Tulus. 2019, *UMKM di Indonesia: Isu-isu Penting*, Jakarta: LP3ES.
- Williamson, O. E. (1985). *The Economic Institutions of Capitalism: Firms, Markets, Relational Contracting*. Free Press

Karya Ilmiah

- Clara, S. L., Rusmawati, D. E., & Ariani, N. D. (2025). *PERLINDUNGAN HUKUM MEREK DI INDONESIA SECARA PREVENTIF DAN PENEGAKAN REPRESIF BERDASARKAN UNDANG-UNDANG NO. 20 TAHUN 2016 TENTANG MEREK DAN INDIKASI GEOGRAFIS*. Causa: Jurnal Hukum dan Kewarganegaraan, 14(2), 131-140.
- Effida, D. Q., Kemalasari, P., & Yuana, A. (2025). *Socialization and Legal Assistance on Intellectual Property Rights: A Risk Mitigation Strategy for MSMEs in West Aceh through Trademark Protection*. AIWADTHU: Jurnal Pengabdian Hukum, 5(3), 135-140.
- Faradz, H. (2008). *Perlindungan Hak Atas Merek*. Jurnal Dinamika Hukum, 8(1), 38-42.
- Hans, C., & Kansil, C. S. (2023). Analisis bentuk perlindungan hukum terhadap penggunaan merek pada kelas barang dan jasa yang sama. *UNES Law Review*, 6(2), 4163-4171.
- Helfer, L. R. (2004). "The New Innovation Frontier: The Role of Intellectual Property in the New Economy". *Journal of Technology Transfer*, 29(3).
- Isradi Maesa, dkk, (2023) "Pelaksanaan Pendaftaran Merek Dagang pada Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Bukittinggi", *Unnes Law Review*, Vol 6, No 1.
- Manurung, R. W. T., & Silalahi, W. (2025). *Perlindungan Hukum Terhadap Suatu Merek Terdaftar Di Indonesia*. USRAH: Jurnal Hukum Keluarga Islam, 6(1), 183-198.
- Masrifah, M., & Apriani, R. (2025). *Perlindungan Hukum Kekayaan Intelektual (KI) Jenis Merek Dagang PADA Usaha Kecil Mikro Menengah (UMKM) menurut Undang-Undang No. 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis*. Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan, 11(2. D), 169-177.
- Mirfa, E. (2016). *Perlindungan Hukum Terhadap Merek Terdaftar*. Jurnal Hukum Samudra Keadilan, 11(1), 65-77.

- Muhammad, S. (2021). "Peran UMKM dalam Perekonomian Indonesia". Jurnal Ekonomi & Kebijakan Publik". Vol. 12 No. 2.
- Ningsih, S. H., & Purwaningsih, S. (2023). Analisis Hukum Terhadap Perlindungan Hak Kekayaan Intelektual Di Bidang Merek Bagi Pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah (Umkh). UMSIDA.
- Sari, I. (2025). Urgensi dan Fungsi Merek dalam Dunia Bisnis Demi Terjaminnya Perlindungan Hak Atas Kekayaan Intelektual (HAKI). Jurnal Ilmiah M-Progress, 15(1).
- Suci, Y. R. (2017). Perkembangan UMKM (Usaha mikro kecil dan menengah) di Indonesia. Jurnal ilmiah cano ekonomos, 6 (1).
- Pangaribuan, J. S. (2024). Pengaruh Hak Kekayaan Intelektual dan Perlindungan Hukum Hak Kekayaan Intelektual bagi Pemberdayaan UMKM. Jurnal Hukum to-ra: Hukum Untuk Mengatur dan Melindungi Masyarakat, 10(3), 456-470.
- Putra, S. A. S. (2019). Unsur Persamaan Pada Pokoknya Dalam Pendaftaran Merek Menurut Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek Dan Indikasi Geografis Dan Penerapannya Dalam Praktik Dihubungkan Dengan Pelanggaran Terhadap Merek Terkenal. Jurnal Aktualita, 2, 18-37.
- Putri, A., Marsha, A., Khaira, F. Q., & Citra, H. (2024). Hukum Kekayaan Intelektual Dalam Mendukung Inovasi Bisnis Di Era Digital. Jurnal Kajian Hukum dan Pendidikan Kewarganegaraan, 1(1), 42-46.
- Widarsadhika, R., Michael, T., Sihasale, G. G., Mauliddiyah, A. T., & Rahma, A. A. N. (2025). Effectiveness of Legal Protection in Preventing Intellectual Property Infringement by Micro and Small Enterprises. J-CEKI: Jurnal Cendekia Ilmiah, 4(4), 2071-2079.
- Zahra, D., & Pawestri, A. Y. (2026). Perlindungan Hukum Pemegang Hak atas Merek yang Dikomersialisasi Tanpa Izin (Studi Passing Off pada merek Alfamart dan Almaduro di Rambipuji Jember). J-CEKI: Jurnal Cendekia Ilmiah, 5(3), 1354-1372.

Peraturan Perundang-Undangan

Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis
 Agreement on Trade-Related Aspects of Intellectual Property Rights (TRIPS Agreement), 1994